

事業再生計画達成の為の追加施策

^{注)} 岡崎 洋一郎 会長兼社長

2004年6月16日

相次ぐリコール問題が当社元社長はじめ元役員 of 逮捕に至り、度重なる不安とご迷惑を皆様におかけしております事を、ここに改めてお詫び申し上げます。また、お亡くなりになった方々のご冥福をお祈りするとともに、ご遺族の方々に深くお詫び申し上げます。

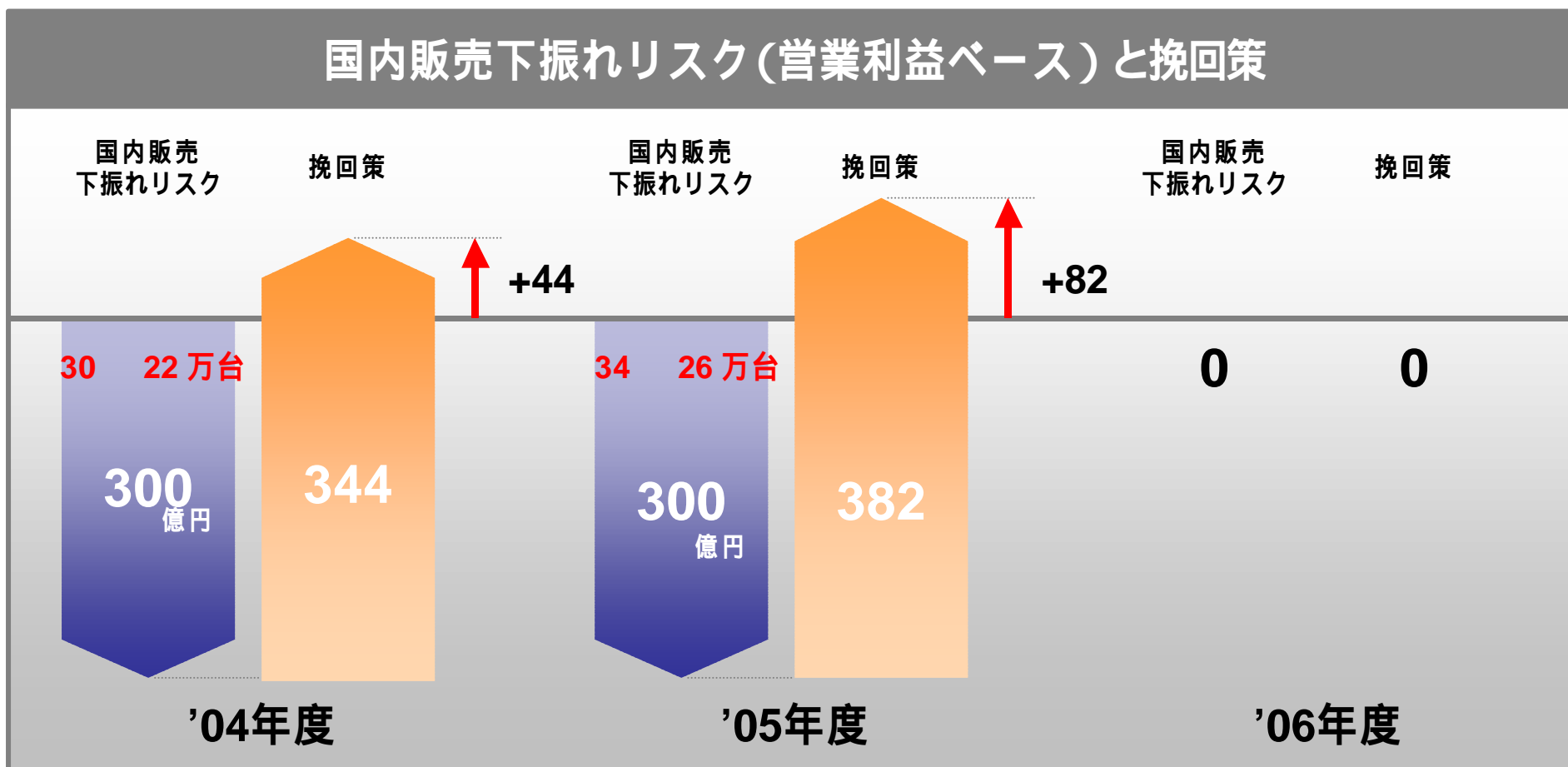
我々三菱自動車社員は、一連の不祥事を真に厳粛に受け止めコンプライアンス強化による企業風土改革と事業再生計画の確実な達成に向け“最後の挑戦”を続けます。そして、一日も早く皆様からの信頼を回復し、社会に貢献できる会社に変革して参ります。

このためのコンプライアンス強化につきましては既に取り組みを開始いたしました。

また収益構造改善についても、国内販売リスクに備え、自助努力を主体とする追加施策を検討しており、今後その具体化を推進して参ります。

最後の挑戦の貫徹

収益構造の改善施策、特に自力達成可能施策の
 - 前倒し、 - 追加 により、
 国内販売下振れリスクの吸収力を高める。



－ 国内販売下振れリスクの増大への対応策 －

聖域なきコストカット

お客様の信頼回復

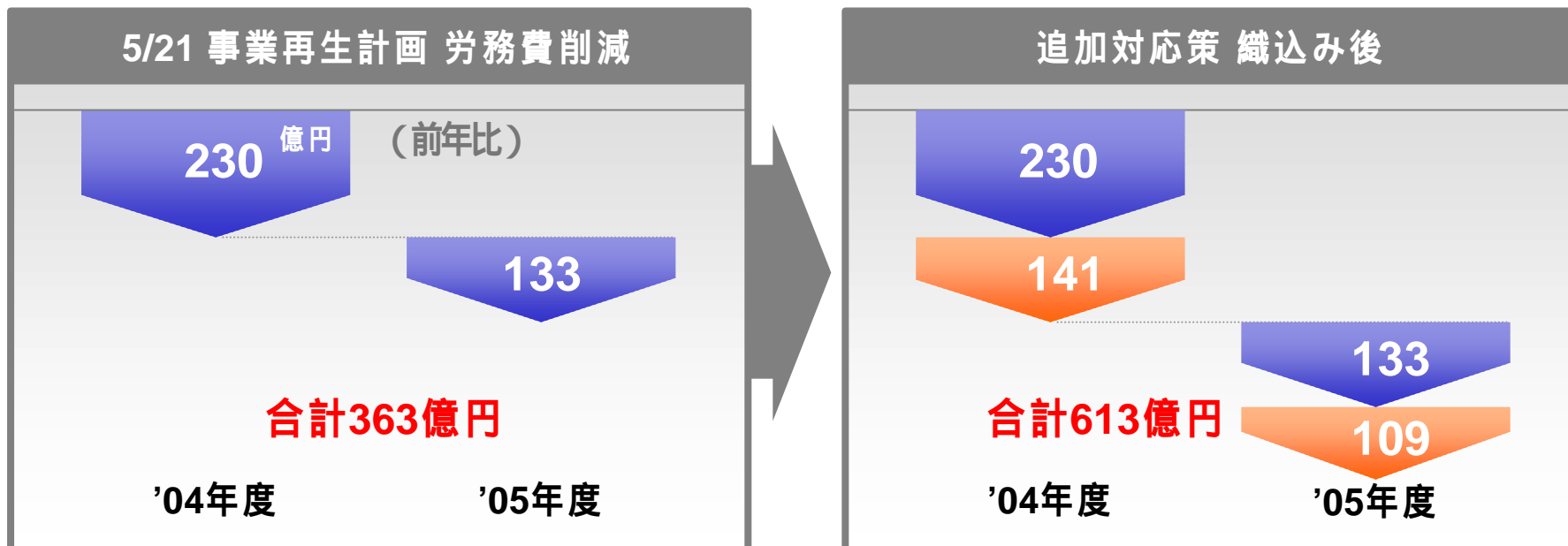
徹底するコンプライアンス

	'04年度	'05年度
労務費削減	141	109
経費削減	153	203
コスト削減	50	70
合計	344	382

億円 億円

1-1. 聖域なきコストカット

労務費削減(追加) : '04年度 141億円、'05年度 109億円



〔追加対応内訳〕

- 2年間 役員の退職慰労金の見送り、報酬カット(30 ~ 50%)
- 2年間 管理職の給与見直し(前年比 10%)
- 2年間 一般社員の給与 5%*
- '04年 年末一時金ゼロ*
- 人員削減の加速、採用見直し 等*
- 年金利率の見直し(4% 1.5%)*

*要労使協議事項

1-2. 聖域なきコストカット

	施策	'04年度 億円	'05年度 億円
経費	国内 <ul style="list-style-type: none"> 法規対応関連以外の新規ITプロジェクトの凍結 焦点を絞った広告宣伝の展開による国内広宣費の削減の上積み 本社・開発部門の経費の徹底的削減 	80	120
	海外 <ul style="list-style-type: none"> 外注費、旅費、システム費等の経費の半減 主力モデルに特化した広宣費/販管費の圧縮 	73	83
コスト	<ul style="list-style-type: none"> 補用品、用品価格低減、間接資材費の削減の加速 サプライン作業の集約による人員削減、生産効率向上の上積み 直取引による梱包費用の削減上積み 委託業者の見直しによる輸出諸掛削減の上積み 	(153)	(203)
		(50)	(70)

2. 国内お客様信頼回復



三菱のクルマにお乗りのすべてのお客様へ

ご愛車無料点検

- 20項目の点検 + エンジンオイル交換 -

はじめました。

いま、三菱をお求めのお客様に、安心してお乗り頂くため、

三菱3年フルサポートプログラム

- 無料点検&24時間サポート -

はじめました。

3. 商品投入計画

- 5月21日に発表した事業再生計画どおり、堅牢と走りに特化した“SUV DNA”、“Sporty DNA”を強化した新商品開発に着手しており、商品投入計画に変更はない。

- 2007年度末までに投入予定の新商品群を披露する“新型車コンセプトプレビュー”を今秋開催。

4-1. 徹底する経営理念

コンプライアンス第一

安全第一

お客様第一

コンプライアンス第一の為のアクション

CSR推進本部にコンプライアンス・コミュニケーション機能を集約。

企業倫理委員会が社外の目からCSR推進本部の活動を監視

コンプライアンス徹底の為にPLAN-DO-SEEのサイクルを全面的に見直し、会長・社長以下全役職員にコンプライアンス遵守誓約書の提出を求める。

安全第一の為のアクション

車種担当が一車種のライフ全体をフォローする。
各製作所の「品質管理部」の所属を本社「品質統括本部」に一元化する。
「内部監査部」により品質統括本部の品質保証チェック機能の履行状況監査を徹底する。
開発・製造現場に於ける品質向上運動の達成成果に対しインセンティブ等の全社運動を検討する。
プラットフォームの統合化により開発・製造用資源の集中投下を図る。

お客様第一の為のアクション

広報・IR顧客対応機能の集約による情報の集中と積極的開示

- 過去の不祥事の原因分析と公表
- 品質統括本部の監査（年2回）とその開示
- ステークホルダーとのコミュニケーションを通じステークホルダーの声を経営に反映

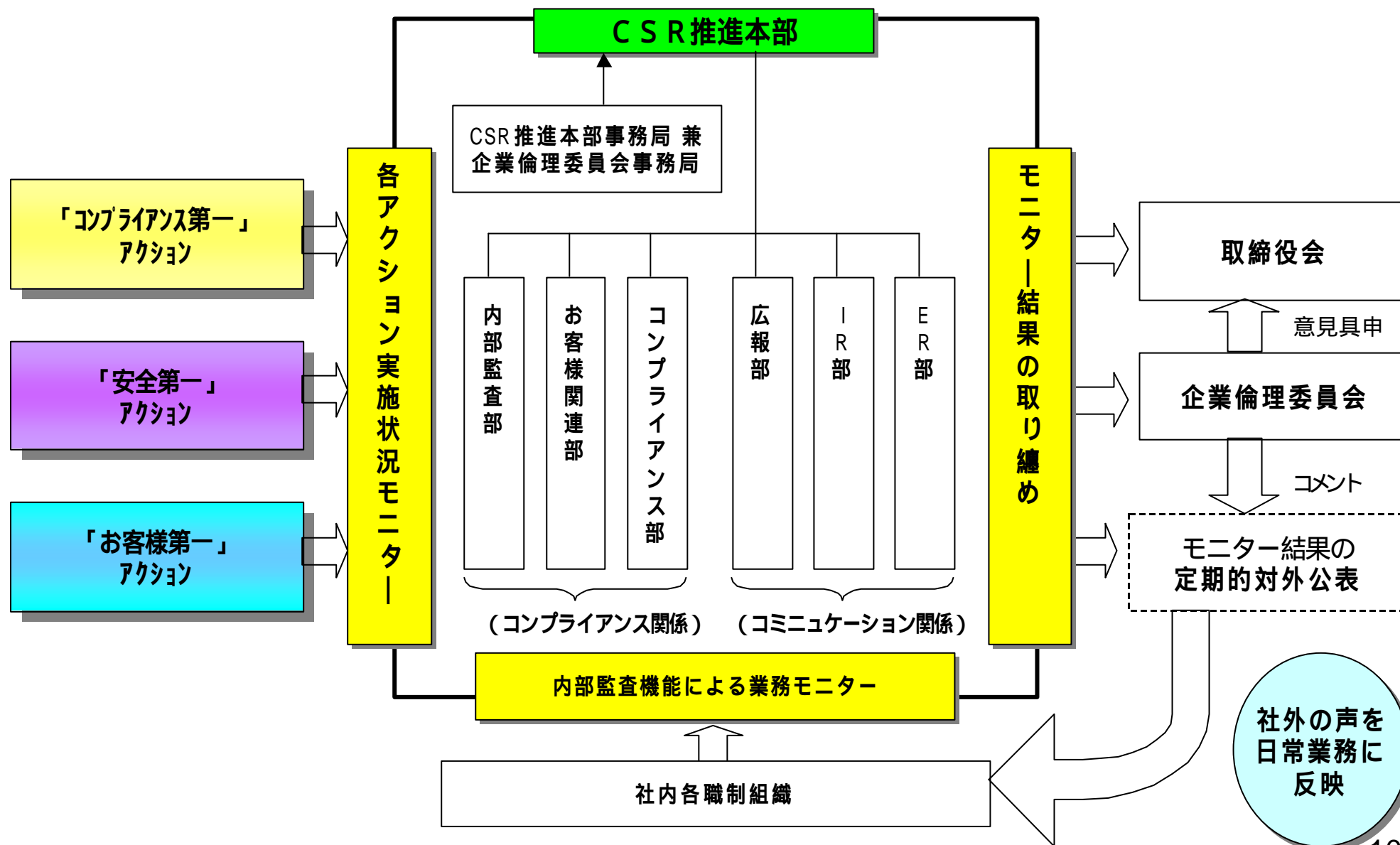
顧客満足度の向上

- ディーラーの販売・サービスの品質向上の為のディーラースタンダードの導入とCSI/SSIによる検証
- 商品開発力の強化（消費者のニーズをハースにした）
- ブランド戦略の強化

広告・宣伝部局の集中管理

- 発信するメッセージのトーン&マナーの統一
- 効果的メディアミックスの工夫
- 社会的ニーズに適合したメッセージの発信

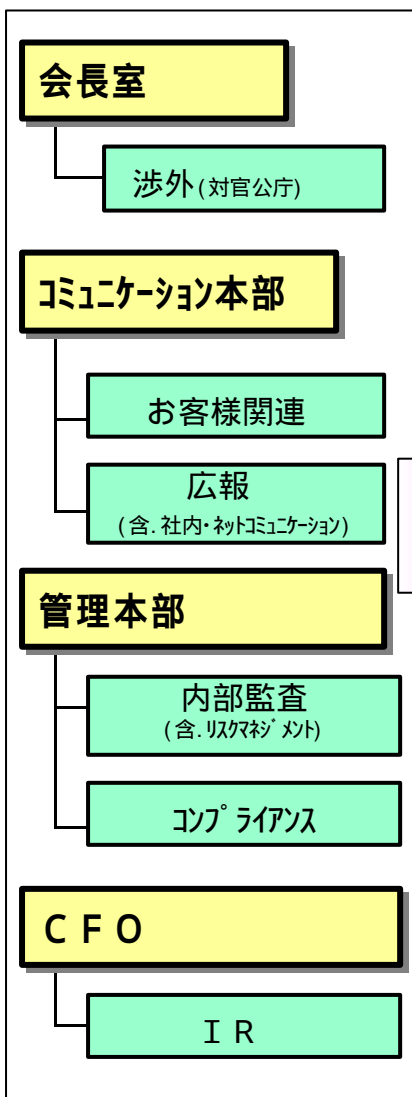
4-2. 内部監査強化と透明性徹底のサイクル



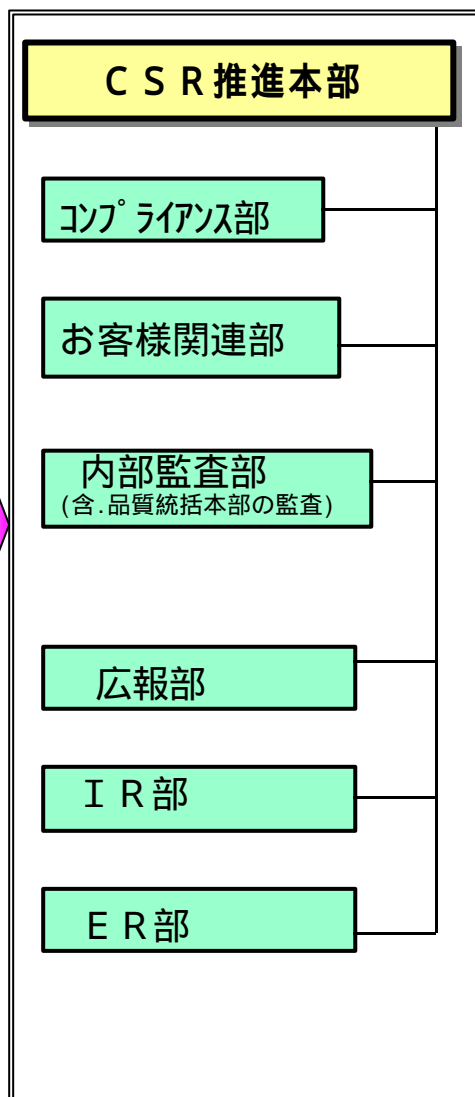
4-3. コンプライアンス体制と品質保証体制の新旧対比

コンプライアンス体制

【現 状】

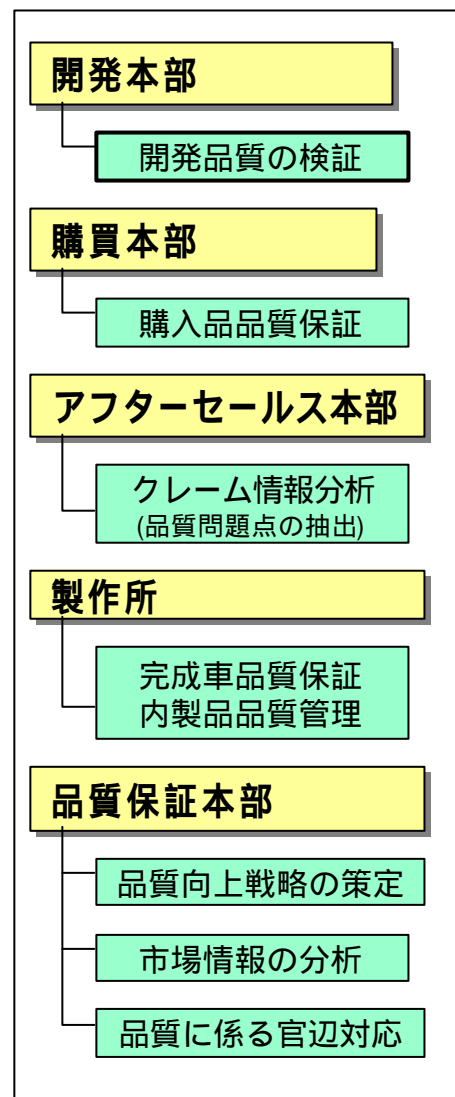


【新体制】

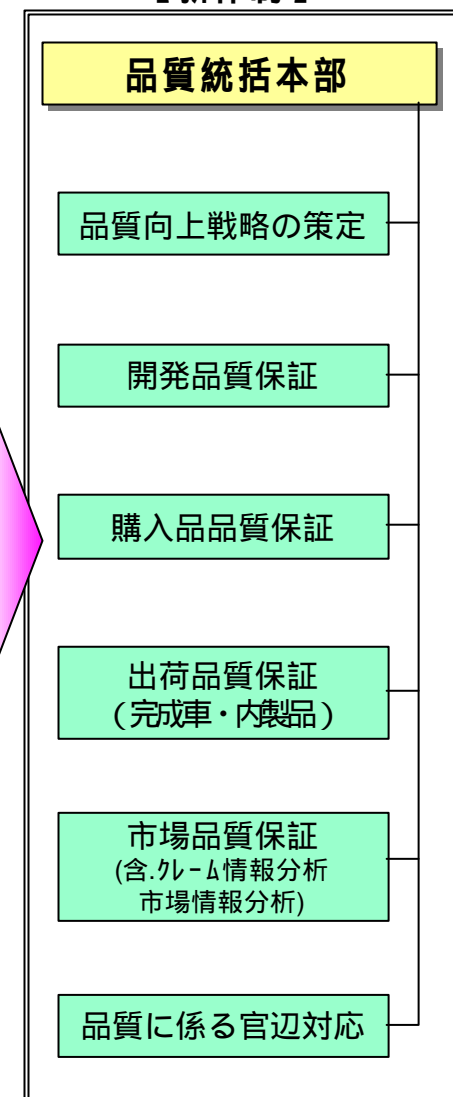


品質保証体制

【現 状】



【新体制】



4-4. 「コンプライアンス第一」の為の具体的アクションスケジュール

コンプライアンスとは、法令・国際ルール・社内規程の遵守に加え、一般的な社会規範に対しても適切に配慮して行動すること

